

2. Широкова Г.В. Информационные технологии в управлении туристским бизнесом // Вестник СПбГУ. Серия Экономика. 1995. №19.
3. Быстрянец С. Кузнецова Г. Информационные технологии в рекламе туристского продукта // Конкуренция и рынок. 2002. №2.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ КОМАНДОЙ

А.Г. Абеляшева, Н. В. Черепанова
(г. Томск, Томский политехнический университет)

INFORMATION ASPECTS OF TEAM MANAGEMENT

A.G. Abelyasheva, N. V. Cherepanova
(Tomsk, Tomsk Polytechnic University)

Information is the main factor in the conflict resolution command.

Необходимо понимать, что практически на любом этапе жизненного цикла предприятия, необходима четкая структура управления командой, роль которой берет на себя лидер. Управление не может эффективно осуществляться без достаточной оперативной, надежной, своевременной и достоверной информации. Информация является основой управленческого процесса, и от того, насколько она совершенна, во многом зависит качество управления. Данная статья посвящена определению информации в эффективном управлении командой.

Информационный процесс в организации – это сложный и многогранный элемент управленческой коммуникации. Один из элементов информационного процесса является непосредственное информационное воздействие управленца или лидера на подчиненных.

Методы воздействия лидеров на группу зависят от характеристик работников в целом. Необходимо рассмотреть характеристики команды.

Команда – это небольшая группа людей, занятых выполнением определенной задачи. Тут, участники группы лично заинтересованы в успехе всей группы. Работающие вместе люди могут произвести работу, которая может количественно превосходить или качественно отличаться от работы, которую могут выполнить отдельно трудящиеся индивидуумы. [1]

Участники команды должны быть открытыми и честными друг с другом, готовы к противостоянию возникающим трудностям и внутригрупповым конфликтам, связанным с тем, что члены группы обладают различным мировосприятием.

Выполнение этих условий позволит создать внутри команды «здоровую» атмосферу взаимодействия, группа будет постоянно развиваться.

В данных определениях подчеркивается три важных момента, характерных для команд.

1. Взаимозависимость. Каждый член команды вносит свой индивидуальный вклад в общую работу. Другие члены команды зависят от работы каждого. В команде все делятся рабочей информацией друг с другом. Члены команды также воспринимаются как равноправные участники процесса Деятельности и имеют возможность влиять друг на друга.

2. Разделяемая ответственность. Ответственность за командные цели понимается и разделяется всеми.

3. Результат. Ответственность за командные результаты разделяется всеми членами группы и фокусирует групповую активность.

Лидер находится в сильнейшей зависимости от коллектива. Группа требует от лидера способность выражать интересы группы. Именно после этого, коллектив не просто идет за лидером, но и желает этого. [2]

Существует несколько способов взаимодействия лидера и группы.

Первый из них — «Отсвет от звезды». Этот метод предполагает в основном невербальное восприятие окружающими нового статуса члена команды. Здесь важны интонация, жесты, которые использует "звезда". Иначе эта схема может и не сработать. Такой способ применяется в том случае, когда в коллективе появляется новый работник, которому очень сложно адаптироваться среди других.

Суть его заключается в том, что лидеру поручается задание совместно с этим самым новым работником. В данном случае важно продумать такую мотивацию сотрудничества, чтобы оно воспринималось коллегами как необходимое для решения соответствующей задачи. При успешном взаимодействии популярность лидера частично передаётся работнику и отношение коллег меняется в лучшую сторону.

Статус нового работника может повыситься благодаря каким-либо достижениям «вовне». Здесь уже задача лидера — постоянно информировать об этом остальных членов коллектива. [3]

Наконец, понимание причин отверженности и изолированности отдельных членов группы требует анализа. Важно выяснить, в чем причина: в определенных личностных особенностях человека, особенностях и традициях семейного уклада, низкой самооценке, вызванной негативным прошлым опытом общения, и т. д."

Следующий способ взаимодействия неформального лидера и группы — «общий враг».

Нахождение внешнего врага: это помогает группе забыть внутренние раздоры и сплотиться в борьбе или в организации общего мнения группы. [4]

Здесь важна именно вербальная коммуникация в обмене информации, поскольку членов команды нужно убедить сплотиться. Лидеру необходимо найти то, за что команда готова добиваться поставленных целей и задач. Поэтому ему следует провести анализ всех возможных альтернатив и выбрать наиболее действенный из всех. Тогда команда не будет сомневаться в том, что они делают одно общее, выгонное для всех дело.

Что же сплачивает людей? Для формирования командного духа и сплоченности в коллективе необходим хотя бы один общий мотив. Таким мотивом может быть общий враг-конкурент или «вкусная», большая и ресурсная цель, которая даст блага каждому сотруднику. Если лидер сумеет показать и доказать сотрудникам, что через достижение больших целей организации каждый из них получит свой «большой куш», то люди будут с энтузиазмом работать за меньшие сегодняшние деньги, но за большие будущее. Только вот доказательство возможности будущего благосостояния — это серьезная работа руководителей и владельцев бизнеса. [5]

И, наконец, третий способ, заключается в том, что работники с большим энтузиазмом выполняют задания и поручения, исходящие от лидера, нежели от руководителя. Так как группа полностью доверяет и поддерживает решения лидера. Поэтому опытный руководитель должен поддерживать хорошие отношения с неформальным лидером, воздействуя, таким образом, на работников. Такая стратегия широко используется руководителями, которых поставили возглавлять незнакомый коллектив.

Таким образом, общая структура управления информацией в команде представляется в виде четырёх этапов:

- сбор и обработка информации всех доступных видов,
- подготовка и поэтапное принятие решения,
- выработка управляющего решения.

Итак, как видно из выше сказанного, роль лидера очень высока и важна. Ему необходимо четко представлять ситуацию, в которой находятся его подчиненные и действовать исходя из способностей каждого.

ЛИТЕРАТУРА

1. Психологический портал М. Р. Битяновой [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://lifely.ru/chto-takoe-komanda> - свободный.
2. Монографии Российской Академии Естествознания [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.rae.ru> - свободный.
3. Центр психологических и личностных тренингов [Электронный ресурс]. – Режим доступа http://www.syntone.ru/library/books/content/2930.html?current_book_pag – свободный.
4. Московская электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://psychlib.ru/mgppu/Bsp-2001/Bsp-576.htm> – свободный.
5. Справочник для студентов [Электронный ресурс]. – Режим доступа http://webground.su/rubric/2014/10/27/biznes_obuchenie_i_perepodgotovka – свободный.

СОЗДАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ БАЗЫ ЗНАНИЙ КАК ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ОБУЧЕНИЕМ ПЕРСОНАЛА

*Т.Р. Михайлова, З.В. Криницына
(г. Томск, Томский политехнический университет)*

CREATING AN INFORMATION BASE OF KNOWLEDGE AS A BASIS OF PERSONNEL TRAINING MANAGEMENT

*T.R. Mikhailova, Z.V. Krinitsyna
(Tomsk, Tomsk Polytechnic University)*

The main idea of the report is that creating the right information base is a very important point in the process of personnel training, in the management of their knowledge and development. The report describes the process of creating enterprise's data base and using effective methods for making base content.

Key words: information base (data base), content, personnel training management.

В современных условиях «персонал рассматривается в качестве ключевого фактора, определяющего эффективность использования всех остальных ресурсов» [1, 232]. Реалии сегодняшнего дня показывают, что успех сопутствует тем компаниям, «в которых сотрудники могут совмещать постоянное развитие и интенсивную работу» [2]. Для обучения и развития персонала организации применяют различные методы, формы и источники. Часто процесс обучения выстраивается внутри и силами самой компании.

В статье рассмотрено, как можно организовать работу по формированию информационной базы знаний предприятия, которая станет источником знаний и обобщенного опыта. Рассмотрим, какими инструментами можно воспользоваться при создании контента базы. Контент – это начинка информационного продукта, которая определяет его качество [3].

Для формирования контента необходимо, в первую очередь, выявить, что знают и умеют сотрудники. Для этого можно рекомендовать несколько инструментов. Первым и самым распространенным из них является *опрос*. В опрос достаточно включить 3-5 вопросов, например, [4]: